

В 2007 году аналитические продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.

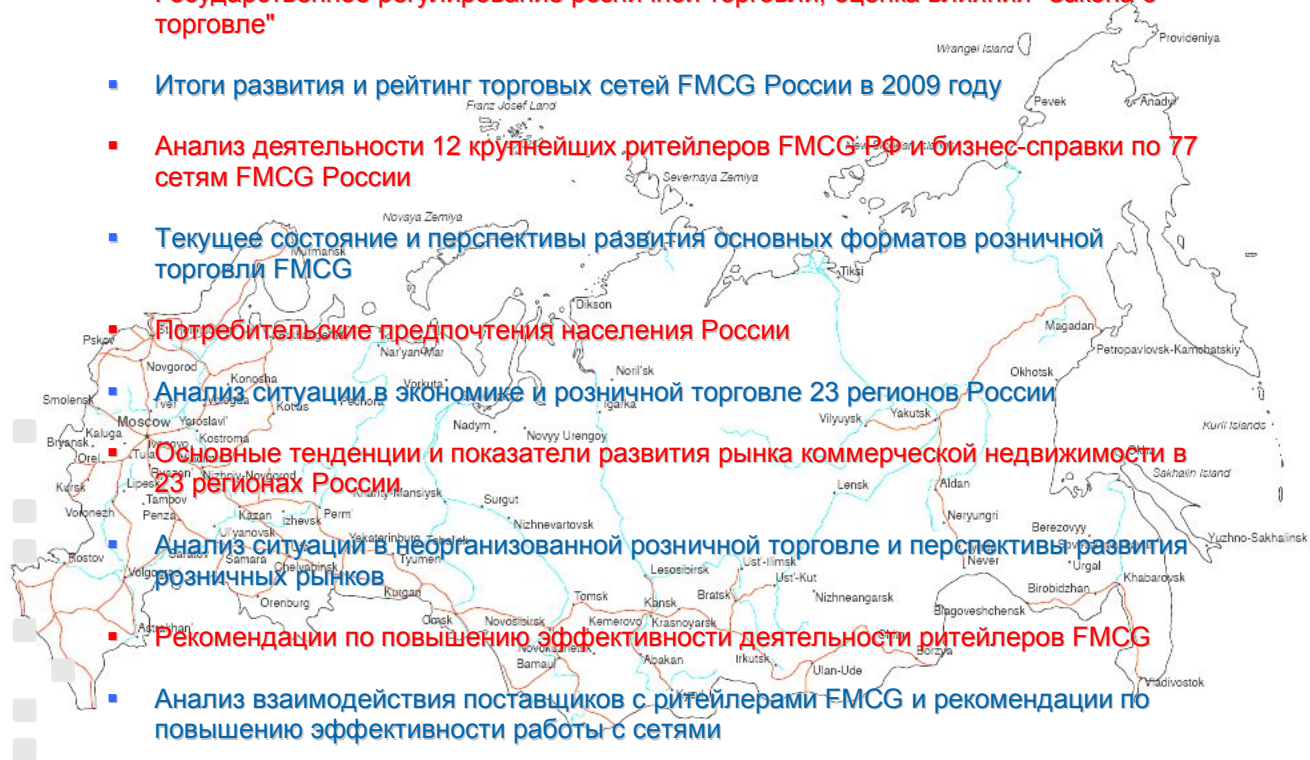


Исследование

Розничная торговля FMCG России

Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года

- История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России
- Государственное регулирование розничной торговли, оценка влияния "Закона о торговле"
- Итоги развития и рейтинг торговых сетей FMCG России в 2009 году
- Анализ деятельности 12 крупнейших ритейлеров FMCG РФ и бизнес-справки по 77 сетям FMCG России
- Текущее состояние и перспективы развития основных форматов розничной торговли FMCG
- Потребительские предпочтения населения России
- Анализ ситуации в экономике и розничной торговле 23 регионов России
- Основные тенденции и показатели развития рынка коммерческой недвижимости в 23 регионах России
- Анализ ситуации в неорганизованной розничной торговле и перспективы развития розничных рынков
- Рекомендации по повышению эффективности деятельности ритейлеров FMCG
- Анализ взаимодействия поставщиков с ритейлерами FMCG и рекомендации по повышению эффективности работы с сетями



Содержание

Об Исследовании "Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"	5
Раздел I. Макроэкономические показатели РФ	8
<i>Долгосрочная динамика экономических показателей и причины экономического кризиса</i>	<i>8</i>
<i>Динамика валютного курса и внешнеэкономическая конъюнктура.....</i>	<i>11</i>
<i>Состояние банковской системы и потенциал поддержки инвестиционного спроса в экономике</i>	<i>13</i>
<i>Инфляционные процессы в экономике.....</i>	<i>14</i>
<i>Состояние государственного бюджета и перспективы либерализации налоговой политики</i>	<i>16</i>
<i>Прогноз развития экономики на 2010-2012 гг.</i>	<i>19</i>
Раздел II. История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России ..	24
<i>Основные макроэкономические показатели розничной торговли</i>	<i>24</i>
<i>История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG</i>	<i>37</i>
<i>Основные тенденции и показатели развития крупнейших сетей FMCG</i>	<i>47</i>
<i>Рейтинг сетей FMCG России по операционным, финансовым показателям и эффективности.....</i>	<i>57</i>
<i>Собственные торговые марки сетей FMCG России.....</i>	<i>76</i>
<i>Взаимодействие сетей FMCG с финансовыми рынками</i>	<i>79</i>
<i>Конъюнктура рынка M&A в FMCG ритейле России в 2004-2010 гг.</i>	<i>92</i>
Раздел III. Текущее состояние и перспективы развития форматов розничной торговли FMCG в РФ	103
<i>История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"</i>	<i>103</i>
<i>История развития и ключевые особенности формата "супермаркет"</i>	<i>110</i>
<i>История развития и ключевые особенности формата "магазин у дома" ("дискаунтер").....</i>	<i>117</i>
<i>История развития и ключевые особенности интернет-магазинов сетей FMCG России</i>	<i>124</i>
Раздел IV. Государственное регулирование розничной торговли	130
<i>Сравнительный анализ уровня регулирования розничной торговли в мире.....</i>	<i>130</i>
<i>Анализ положений Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ"135</i>	<i>135</i>
<i>Прочие изменения в сфере государственного регулирования розничной торговли FMCG в России</i>	<i>150</i>
Раздел V. Описание 10 крупнейших ритейлеров FMCG России	153
<i>X5 Retail Group N.V. / Торговые сети "Пятерочка", "Перекресток", "Карусель"</i>	<i>153</i>
<i>"Магнит", ОАО / Торговая сеть "Магнит"</i>	<i>189</i>
<i>Группа "Auchan" / Торговая сеть "Auchan" и "Atac".....</i>	<i>207</i>
<i>"Ашан", ООО / Торговые сети "Auchan" и "Радуга".....</i>	<i>207</i>
<i>"Атак", ООО / Торговая сеть "Атак".....</i>	<i>223</i>
<i>"Metro Group" / Торговые сети "Metro Cash&Carry" и "Real"</i>	<i>231</i>
<i>"МЕТРО Кэш энд Керри", ООО / Торговая сеть "Metro Cash&Carry"</i>	<i>231</i>
<i>"Реал,- Гипермаркет", ООО / Торговая сеть "Real".....</i>	<i>247</i>
<i>ГК "О'Кей" / Торговые сети "О'Кей" и "О'Кей-Экспресс".....</i>	<i>258</i>
<i>"Лента", ООО / Торговая сеть "Лента".....</i>	<i>272</i>
<i>"Дикси Групп", ОАО / Торговая сеть "Дикси", "Мегамарт", "Минимарт".....</i>	<i>284</i>
<i>"ТД "Копейка", ОАО / Торговая сеть "Копейка" и "Копейка-супер".....</i>	<i>298</i>
<i>"Седьмой континент", ОАО / Торговая сеть "Седьмой континент" и "НАШ гипермаркет".....</i>	<i>314</i>
<i>ГК "Виктория" / Торговые сети "Виктория", "Квартал", "КЭШ"</i>	<i>330</i>
Раздел VI. Описание 77 ритейлеров FMCG России	345
<i>Торговая сеть Spar</i>	<i>345</i>
<i>"Корпорация Гринн" / Торговая сеть "Линия"</i>	<i>358</i>
<i>"Элемент-Трейд", ООО / Торговая сеть "Монетка".....</i>	<i>360</i>
<i>"Холлидей", Группа компаний.....</i>	<i>363</i>
<i>"Гиперглобус", ООО / Торговая сеть "Глобус"</i>	<i>367</i>
<i>"Мария-Ра", ООО / Торговая сеть "Мария-Ра".....</i>	<i>369</i>
<i>"Супермаркет Кировский", ЗАО / Торговая сеть "Супермаркет Кировский"</i>	<i>372</i>
<i>"Билла", ООО / Торговые сети Billa, BIOP</i>	<i>374</i>
<i>"Зельгрос", ООО / Торговая сеть Selgros Cash & Carry</i>	<i>376</i>
<i>"Система РегионМарт", ООО / Торговые сети "Поляна", "Чибис"</i>	<i>378</i>
<i>"Городской супермаркет", ООО / Торговая сеть "Азбука вкуса"</i>	<i>381</i>



"Новые торговые системы", ОАО / Торговые сети "Пятерочка", "Патэрсон", "Столичный" и "Лидер Экономии"	383
"ТД Интерторг", ООО / Торговые сети "Семья", "Идея"	386
"Вестер", ГК / Торговые сети "Вестер", "Сосед"	388
"Новый Импульс-50", ООО / Торговая сеть "Утконос"	391
"Сеть универсамов "Алые Паруса"", ООО / Торговая сеть "Алые паруса"	394
"Виват-Трейд", ООО / Торговые сети "Виват", "НормаН"	395
"Т и К Продукты", ЗАО / Торговая сеть "Магнолия"	397
"Любавушка", ООО / Торговая сеть "Полушка"	400
"Форвард", ЗАО / Торговая сеть "Полушка" (Уфа)	402
"Энка ТЦ", ООО / Торговая сеть "Ситистор"	403
"Матрица Холдинг", ОАО / Торговая сеть "Матрица"	405
"Авоська-два", ООО / Торговая сеть "Авоська"	408
"Ижстрейдинг", ООО / Торговая сеть "Ижстрейдинг"	409
"Молл", ООО / Торговые сети "Молния", "Молния-Экспресс"	412
"Оптовик", ООО / Торговая сеть "Эссен"	414
"Интерторг", ООО / Торговая сеть "Купец"	416
"Бахетле-1", ООО / Торговая сеть "Бахетле"	419
"Центр Реструктуризации", ООО / Торговая сеть "Гроздь"	421
"Семья", ООО / Торговая сеть "Семья"	422
"Айкай", ООО / Торговые сети "Айкай", "Лукоморье", "Гроизэль"	424
"Салют-Торг", ООО / Торговые сети "Пятерочка", "Сабантуй"	426
"Сибирский гигант", ХК / Торговые сети "Гигант", "Мегас", "Горожанка"	427
"Радеж", ООО / Торговые сети "Радеж", "Эконом"	429
"Алли", ОАО / Торговая сеть "Алли"	431
"Экспресс-Торг", ООО / Торговая сеть "Быстроном"	433
"Мосмарт", ЗАО / Торговая сеть "Мосмарт"	435
"Дуллет", ООО / Торговая сеть "Командор"	439
"ВТК" Холдинг / Торговая сеть "Райцентр"	441
"Восход", ОАО / Торговая сеть "Гулливер"	442
"Шэд", ООО / Торговая сеть "Посадский"	444
"В двух шагах", ЗАО / Торговая сеть "В двух шагах" ("Агрохолдинг Каневской", ООО / Торговые сети "Станица", "Покровский")	445
"Карфур Рус", ООО / Торговая сеть Carrefour	447
"МАН", ООО / Торговая сеть "МАН"	449
"Корпорация SOK" / Торговая сеть "Призма"	450
"Система "ТЗС", ЗАО	453
Сети-акционеры Системы "ТЗС"	455
Сети-участники Системы "ТЗС"	461
Сети-партнеры Системы "ТЗС"	466
Раздел VII. Потребительские предпочтения населения России	467
Уровень занятости населения	467
Доходы и расходы населения	469
Потребительские ожидания и уверенность населения	471
Изменения в потребительских предпочтениях населения в условиях кризиса	475
Изменение потребительских предпочтений населения в отношении продовольственных товаров	478
Раздел VIII. Состояние экономики и розничной торговли в регионах России	487
Сравнительный анализ ситуации в экономике и розничной торговле по регионам России	487
Состояние экономики в 23 регионах России	513
Ситуация на рынке сетевой розничной торговли в 23 регионах России	643
Раздел IX. Рынок торговых центров в регионах России	705
Общая ситуация на рынке торговой недвижимости России	705
Динамика ввода торговых площадей в городах России	706
Насыщенность площадями в торговых центрах в городах России	709
Тенденции и перспективы рынка торговых центров	712
Состояние рынка торговых центров в 23 городах России	717

Раздел X. Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в России.....	811
<i>Динамика развития розничных рынков.....</i>	<i>811</i>
<i>Структура оборота продовольственных товаров на розничных рынках.....</i>	<i>816</i>
<i>Региональная структура торговли на розничных рынках.....</i>	<i>818</i>
<i>Влияние ФЗ "Об основах государственного регулирования ..." и перспективы развития неорганизованной торговли.....</i>	<i>823</i>
Раздел XI. Рекомендации по повышению эффективности деятельности ритейлеров FMCG.....	825
Раздел XII. Анализ взаимодействия поставщиков с ритейлерами FMCG и рекомендации по повышению эффективности работы с торговыми сетями.....	831
Приложение 1. Параметры, используемые ОЭСР для расчета индекса уровня регулирования розничной торговли.....	840
Приложение 2. Федеральный закон РФ от 28 декабря 2009 г. №381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" с комментариями и разъяснениями Федеральной антимонопольной службы РФ.....	841
<i>Глава 1. Общие положения.....</i>	<i>841</i>
<i>Глава 2. Требования к организации и осуществлению торговой деятельности.....</i>	<i>845</i>
<i>Глава 3. Антимонопольное регулирование, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности.....</i>	<i>850</i>
<i>Глава 4. Меры по развитию торговой деятельности.....</i>	<i>860</i>
<i>Глава 5. Заключительные положения.....</i>	<i>862</i>
Приложение 3. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ №1175/09.....	863
Приложение 4. Постановление Правительства РФ от 4 мая 2010 г. №305.....	867
Приложение 5. Проект Постановления Правительства РФ "Об утверждении перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров ...".....	871

Информация об агентстве "INFOLine"

Информационное агентство "INFOLine" было создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "INFOLine" ежедневно проводит мониторинг публикаций в более чем 5000 СМИ и ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003 года агентство "INFOLine" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками. В анализе потребительских рынков и сетевой розничной торговли нам доверяют "Магнит", X5 Retail Group N.V., "О'Кей", "Лента", "Дикси", "Копейка", Billa, Pepsi, "Данон" и многие другие.



информационное агентство information agency

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



Об Исследовании "Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"

С повышением доли торговых сетей в обороте розничной торговли в России все большую актуальность приобретают информационные продукты, гармонично сочетающие новостную и обзорно-аналитическую информацию о развитии российского розничного рынка, а также базы данных. В рамках расширения спектра информационных услуг ИА "INFOLine" в 2002-2008 гг. представило комплекс информационных продуктов:

- в 2002 году – услугу ["Тематические новости: Торговые сети"](#);
- в 2004 году – информационный портал www.advis.ru с посещаемостью более 12 тыс. человек в день, на котором тематика ["Торговые сети"](#) является одной из наиболее популярных;
- в 2005 году – архив материалов по тематике ["Торговые сети"](#), который содержит более 19 тыс. материалов и ежедневно пополняется более чем на 30 новостей, статей в СМИ и т. д.;
- в 2005 году – ежеквартальный периодический отраслевой обзор ["Торговые сети FMCG"](#), количество постоянных подписчиков которого в настоящее время превысило 50 компаний, а периодических потребителей – 200 компаний;
- во II квартале 2007 года – принципиально новый информационный продукт, [аналитическая база данных "230 торговых сетей FMCG России"](#);
- в I квартале 2008 года – ежемесячный периодический отраслевой обзор ["Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России"](#);
- во II квартале 2008 года – исследование ["Рынок гипермаркетов"](#);
- в III квартале 2008 года ежемесячный периодический отраслевой обзор ["Планы развития и основные события торговых сетей FMCG в России"](#) дополнен разделом "Влияние финансового кризиса на развитие сетей FMCG России";
- в I квартале 2009 года – ежемесячный периодический отраслевой обзор ["Рейтинг торговых сетей FMCG в России"](#), в котором специалисты ИА "INFOLine" в оперативном режиме отслеживают и публикуют динамику основных показателей (выручка, количество магазинов и торговые площади) по 70 крупнейшим ритейлерам России;
- во II квартале 2009 года – обзор ["Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса"](#), в котором проанализированы основные тенденции, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли и сетей FMCG в России в 2008 году и январе-мае 2009 года. Также охарактеризовано влияние кризиса на развитие сетей FMCG России и изменение потребительских предпочтений россиян и проведено сопоставление уровня конкуренции на рынках сетевой и неорганизованной торговли и коммерческой недвижимости в 18 городах и регионах России.
- во II квартале 2010 года – Исследование ["Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"](#), в котором ИА "INFOLine" агрегирован весь многолетний опыт Исследований различных аспектов розничной торговли России.

Исследование "Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года" включает анализ и прогноз макроэкономических показателей РФ, описание текущего состояния и прогноз развития розничной торговли РФ, оценку основных аспектов государственного регулирования торговли и законопроекта "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ", характеристику основных тенденций и ключевых операционных показателей развития торговых сетей FMCG, подробные бизнес-справки по **ТОП-12 крупнейших ритейлеров РФ** (X5 Retail Group, Auchan и Atac, Metro и Real, Магнит, Лента, О`Кей, Копейка, ГК "Дикси", "Седьмой континент" и ГК "Виктория") и **77 ритейлерам FMCG** второго эшелона, анализ развития и прогноз перспектив форматов сетевой торговли (гипермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин у дома), описание потребительских предпочтений населения России, анализ ситуации в экономике и розничной торговле, состояния розничной торговли и рынка коммерческой недвижимости в **23 регионах** (Волгоградская область, Воронежская область, Кировская область, Краснодарский край, Красноярский край, Липецкая область, Москва, Московская область, Нижегородская область, Новосибирская область, Омская область, Пермский край, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Республика Удмуртия, Ростовская область, Самарская область, Санкт-Петербург, Саратовская область, Свердловская область, Ставропольский край, Ульяновская область, Челябинская область) и **городах** (Волгоград, Воронеж, Киров, Краснодар, Красноярск, Липецк, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Уфа, Казань, Ижевск, Ростов-на-Дону, Самара, Тольятти, Санкт-Петербург, Саратов, Екатеринбург, Ставрополь, Ульяновск и Челябинск), анализ взаимодействия поставщиков FMCG с ритейлерами, а также проанализированы подходы российских ритейлеров к развитию собственных торговых марок. По результатам Исследования специалистами ИА "INFOLine" разработаны рекомендации по повышению эффективности деятельности ритейлеров FMCG и совершенствованию управления взаимоотношениями поставщиков с ритейлерами.

Основные разделы Исследования "Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"

№	Название раздела	Описание раздела
	Об Исследовании	Цели, задачи и методы Исследования, основные предпосылки проведения, опыт ИА "INFOLine" в сфере розничной торговли
1	Макроэкономические показатели РФ	Динамика основных макроэкономических показателей, анализ итогов 2009 года и I квартала 2010 года, прогноз на среднесрочную перспективу (2010-2012 гг.)
2	История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли РФ	Динамика основных макроэкономических показателей розничной торговли России, анализ тенденций развития торговли в условиях экономического кризиса и прогноз на среднесрочную перспективу (2010-2012 гг.), собственные торговые марки сетей FMCG (текущее состояние, проблемы и перспективы). Сравнительный анализ развития 50 крупнейших ритейлеров FMCG России, рейтинг по чистой выручке, количеству магазинов, общей торговой площади и т. д., а также динамике этих показателей.
3	Текущее состояние и перспективы развития форматов розничной торговли FMCG в РФ	История развития и основные параметры форматов "гипермаркет", "супермаркет" и "магазин у дома", показатели ключевых ритейлеров, работающих в данных форматах, итоги 2009 года и прогноз развития форматов на 2010-2012 гг. Интернет-магазины сетей FMCG России по торговле продовольственными товарами (проблемы и перспективы развития).
4	Государственное регулирование розничной торговли	Комплексная оценка влияния Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" и оценка уровня зарегулированности розничной торговли в РФ и других странах мира
5	Описание 10 крупнейших ритейлеров FMCG РФ	Развернутые бизнес-справки по крупнейшим сетям FMCG России (X5 Retail Group, Auchan и Атаc, Metro и Real, Магнит, Лента, О'Кей, Копейка, ГК "Дикси", "Седьмой континент" и ГК "Виктория"), включающие 12 разделов: история развития, акционерный капитал, операционные показатели, показатели форматов, финансовые показатели, долговая нагрузка, региональная представленность, логистика, Private label, перспективы развития, взаимодействие с поставщиками (включая данные по договорной кампании-2010) и отчетность по МСФО и РСБУ
6	Описание 77 ритейлеров FMCG РФ	Бизнес-справки по 77 сетям FMCG России, включающие 8 разделов: история развития сети, акционерный капитал, операционные показатели, основные показатели форматов, финансовые показатели, региональная представленность, логистика, Private label
7	Потребительские предпочтения населения России	Динамика доходов и расходов населения России, состояние рынка труда, изменение потребительской уверенности и предпочтений населения РФ в отношении приобретения продовольственных товаров
8	Состояние экономики и розничной торговли в регионах России	Сравнительный анализ состояния экономики и розничной торговли в регионах России, динамика основных макроэкономических показателей (ВРП, промышленное производство, инфляция, доходы населения, доходы и расходы бюджета, инфляция) и показателей розничной торговли по 23 регионам (оборот розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами), а также структура сетевой розничной торговли FMCG по форматам и ритейлерам
9	Рынок торговых центров в регионах России	Основные тенденции и показатели развития рынка коммерческой недвижимости России, а также динамика объемов ввода и уровень насыщенности площадями в торговых центрах по городам
10	Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в России	Динамика и основные тенденции развития розничных рынков в России, текущее состояние и перспективы развития, анализ насыщенности розничными рынками в регионах России
11	Рекомендации по повышению эффективности деятельности ритейлеров FMCG	Анализ основных проблем развития российских ритейлеров, эффективные и неэффективные стратегии федеральных и региональных ритейлеров, основные подходы к анализу эффективности и рекомендации по ее повышению
12	Анализ взаимодействия поставщиков с ритейлерами FMCG и рекомендации по повышению эффективности работы с сетями	Особенности взаимодействия поставщиков с ритейлерами FMCG и изменения в 2010 году, анализ ключевых проблем и источников их возникновения, рекомендации по повышению эффективности работы поставщиков с торговыми сетями.

Важнейшими особенностями Исследования "Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года" являются следующие:

- ИА "INFOLine" проведен глубокий и всесторонний анализ государственного регулирования и нового Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ", в котором приведен анализ **реальных** проблем во взаимодействии поставщиков и ритейлеров в процессе договорной компании 2010 года. При этом мы не только анализируем договоры крупнейших ритейлеров, подготовленные с учетом требований нового Закона, но и принимаем участие в обсуждении ситуации на Экспертном совете при ФАС России по развитию конкуренции в сфере розничной торговли.
- Специалистами ИА "INFOLine" получены и проанализированы итоги финансовой деятельности российских ритейлеров FMCG в 2009 году. При этом по ТОП-10 крупнейших ритейлеров подготовлены развернутые бизнес-справки, включающие не только информацию по операционным, финансовым показателям, акционерному капиталу, региональному развитию, private label, но и **особенности взаимодействия с поставщиками**, такие как структура принятия решений по закупкам, мерчендайзинг и разработка договоров поставки и услуг, учитывающих требования нового Закона "О Торговле".
- Специалистами ИА "INFOLine" **глубоко и всесторонне** проанализированы **23 крупнейших региона России** и охарактеризованы их макроэкономические показатели (итоги 2009 года), состояние рынка торговой недвижимости (по состоянию на апрель 2010 года) и розничной торговли FMCG. При подготовке данного раздела использован богатый опыт, полученный в ходе проведения Исследований состояния экономики и розничной торговли в регионах в 2009 году.



Эти Исследования стали своеобразным стандартом, в том числе, использованы "X5 Retail Group" для обоснования доли в Санкт-Петербурге и возможности получения разрешения от ФАС РФ на совершение сделки по приобретению сети "Патэрсон".

- Для подготовки Исследования специалистами ИА "INFOLine" использованы материалы интервью с представителями **ТОП-70** крупнейших ритейлеров FMCG и результаты отраслевых конференций и саммитов (с октября 2009 года по июнь 2010 года Бурмистров Михаил выступил с докладами и модерировал круглые столы на **14 крупнейших отраслевых конференциях**¹).
- Исследования ИА "INFOLine" используют в работе **крупнейшие ритейлеры FMCG** ("X5 Retail Group", "Магнит", "Auchan", "О'Кей", "Лента"), **производители** (Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), **дистрибуторы** (ГК "Мегаполис"), **финансовые** (ФК "Уралсиб") и **сервисные** компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

В рамках подготовки Исследование **"Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"** специалисты ИА "INFOLine" использовали следующие источники информации:

- экспертные опросы и интервью с представителями торговых сетей, направленные на уточнение конкурентных позиций на региональных рынках и перспектив развития в регионах;
- материалы торговых сетей и компаний-поставщиков (пресс-релизы, материалы с сайтов, отчеты, проспекты эмиссий ценных бумаг и инвестиционные меморандумы);
- данные финансовой отчетности сетей по российским и международным стандартам;
- данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы, министерства экономического развития, а также региональных органов власти (министерств экономики, департаментов развития потребительского рынка);
- услугу **"Тематические новости: Торговые сети"** и архив материалов с 2001 года по тематике "Торговые сети", а также материалы СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, информационные агентства).

Исследование **"Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"** позволяет потребителю информационного продукта решить ряд задач, временные затраты на решение которых посредством использования собственных ресурсов (отдела маркетинга розничной торговой сети или отдела продаж компании производителя или дистрибьютора) или финансовые (в случае приобретения исследований) будут очень велики:

- оценка уровня конкуренции и перспектив развития сетевой розничной торговли по России в целом и в крупнейших городах;
- анализ тенденций развития сетевой розничной торговли FMCG в различных форматах и оценка изменения потребительских предпочтений;
- сравнительный анализ макроэкономической ситуации, развития неорганизованной торговли и рынка коммерческой недвижимости в наиболее экономически развитых городах России, что позволяет оценить перспективы выхода в соответствующий регион или развития в нём;
- формирование контактной базы потенциальных партнеров или конкурентов (из большинства торговых сетей, представленных в регионе, с количеством магазинов от 3 и более).

Потребителями подготовленного специалистами ИА "INFOLine" Исследование **"Розничная торговля FMCG России. Итоги 2009 года. Прогноз до 2012 года"** могут являться:

- отделы маркетинга и продаж, а также менеджмент компаний поставщиков FMCG;
- отделы маркетинга и менеджмент торговых сетей FMCG;
- отделы продаж компаний, производящих продукцию для предприятий розничной торговли или предоставляющих услуги розничным сетям;
- менеджмент, отделы стратегического планирования и отделы по работе с клиентами банков и факторинговых компаний
- частные и институциональные инвесторы, владеющие или планирующие приобрести активы в российской сетевой розничной торговле.

¹ [Food Business Russia 2010, Private Label & Purchasing Director 2010, Online Retail Russia 2010, V Форум "Поставщик 2010. Стратегии работы с розничными сетями", III Всероссийский Съезд Собственников Независимых Сетей, IV Форум "Поставщик-2010: Стратегии работы с сетями Food/Nonfood", V Всероссийский Антикризисный форум "Поставщик-2010. Потребительский рынок северо-запада", X Петербургский Продовольственный Форум "Торговля большого города", XIII Саммит Владельцев торговых сетей, XIV Саммит Владельцев торговых сетей](#)

Раздел I. Макроэкономические показатели РФ

Долгосрочная динамика экономических показателей и причины экономического кризиса

Экономическое развитие России в 2009 году происходило под влиянием мирового финансового кризиса и не было равномерным. Резкое ухудшение внешнеэкономических условий, падение экспорта, отток капитала и приостановка банковского кредита привели к значительному сокращению инвестиционной активности и спаду в промышленности в первом полугодии. Снижение ВВП в первом полугодии к соответствующему периоду 2008 года составило *%. <...>

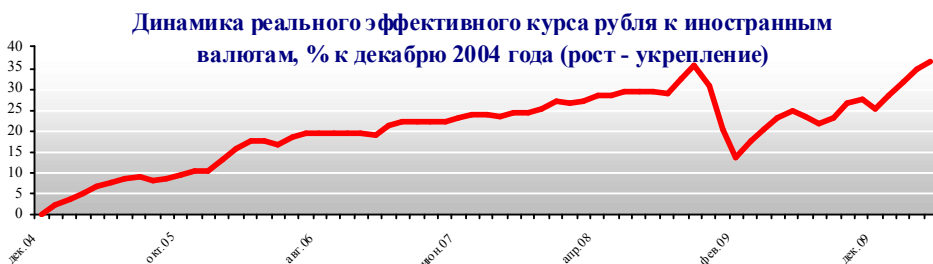
Динамика основных макроэкономических показателей России в 1998-2010 гг., % к аналогичному периоду предыдущего года



Ключевыми причинами экономического кризиса в России, начавшегося в III-IV кварталах 2008 года, стало сочетание 4 основных факторов <...>

Динамика валютного курса и внешнеэкономическая конъюнктура

Сочетание перечисленных выше факторов не только обусловило глубину спада, но и привело к тому, что восстановительный посткризисный рост увеличил структурные диспропорции в экономике. Усиление диспропорций обусловлено тем, что экономический рост, который базировался на расширении потребительского и инвестиционного спроса, поддерживаемых "кредитным бумом", сменился масштабным падением в инвестиционно-ориентированных секторах, а затем восстановительным ростом, обусловленным ростом экспорта в связи с усилением внешнеэкономической конъюнктуры и увеличением запасов.



При этом российская промышленность не смогла воспользоваться девальвацией рубля в I полугодии 2009 года для усиления позиций на внутреннем рынке в связи с одновременной девальвацией валют ряда других стран (СНГ, Восточной Европы), резким сжатием потребительского и инвестиционного спроса, практически полным прекращением кредитования российскими банками реального сектора, а также повышением стоимости импортного сырья и комплектующих. К июню 2009 года девальвационный эффект существенно ослаб, а по итогам апреля 2010 года реальный курс рубля превысил предкризисный уровень.<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит динамику основных макроэкономических показателей РФ (ВВП, производство, оборот розничной торговли), анализ причин экономического кризиса в России, анализ состояния банковской системы, инфляционных процессов, описание состояния государственного бюджета, а также прогноз развития экономики на 2010-2012 гг.

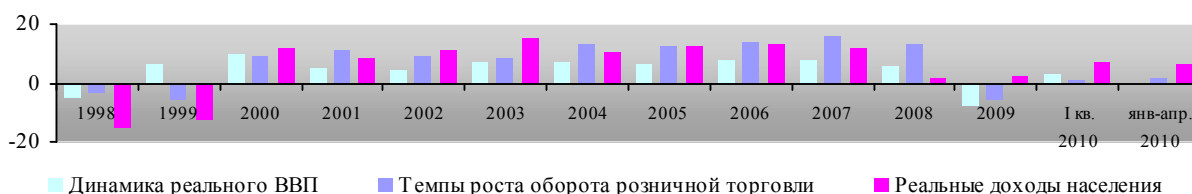


Раздел II. История развития, текущее состояние и перспективы развития розничной торговли России

Основные макроэкономические показатели розничной торговли

Розничная торговля являлась одним из наиболее динамично растущих секторов экономики России, о чем свидетельствует сохранение на протяжении 2003-2008 гг. темпов роста ее оборота в товарной массе на уровне почти в два раза выше темпов роста ВВП. Результаты кризисного 2009 года оказались существенно хуже наиболее пессимистичных прогнозов конца 2008-начала 2009 гг. <...>

Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 1998-2010 гг., %



При этом розничная торговля на протяжении последних 10 лет была одной из наиболее инвестиционно-привлекательных отраслей экономики России: так, темпы роста инвестиций в основной капитал по виду деятельности "розничная торговля" были в 1999-2009 гг. в * раз выше, чем по экономике в целом <...>

История развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG

В проекте "Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2010 – 2015 годы и период до 2020 года" развитие торговли в различных странах мира подразделяется на четыре основных этапа (формирование, быстрый рост, замедление роста и зрелость), причем Россия в настоящее время находится на втором этапе, а развитые страны Европы, Япония и США – на четвертом.

<...>

Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2010 гг.

Этап	Тенденции развития экономики России	Тенденции развития российского продовольственного ритейла
I этап (1994-1998 гг.)	Спад промышленного производства и снижение доходов населения. <...>	Активное развитие продовольственных рынков во всех регионах России. Появление первых российских ритейлеров ("Седьмой Континент", "Перекресток", "Патэрсон", "Лента", "Кировский"). <...>

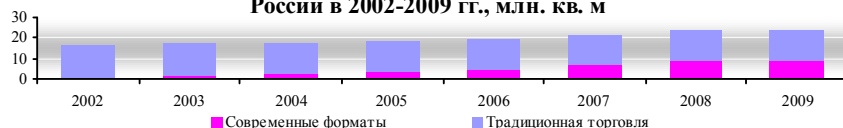
...

...

...

Одним из важных показателей развития розничной торговли является количество торговых объектов различных форматов, как в современных форматах, так и в сегменте традиционной (прилавочной) торговли. <...>

Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2002-2009 гг., млн. кв. м



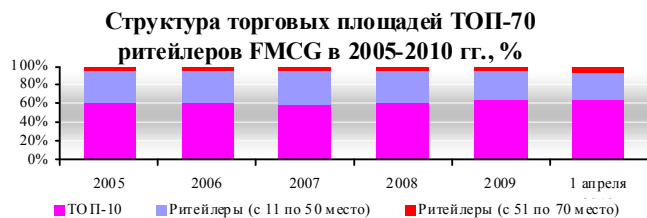
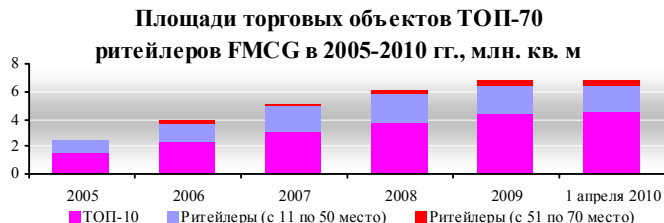
<...>

Основные тенденции и показатели развития крупнейших сетей FMCG

Несмотря на то, что в целом доля современных форматов в России превышает *%, наиболее значимым для развития розничного сектора является состояние 50 крупнейших ритейлеров, на которые приходится более *% выручки от продажи продовольственных товаров по России в целом и *% выручки от продажи продовольственных товаров в современных форматах торговли. Следует отметить, что на долю 4 крупнейших ритейлеров FMCG России (X5 Retail Group, "Магнит",

Группа "Auchan" и Metro Group) приходится *% выручки от продажи продовольственных товаров и *% в структуре выручки от продажи продовольственных товаров в современных форматах.

По итогам I квартала 2010 года общая торговая площадь ТОП-70 ритейлеров FMCG России превысила * млн. кв. м. При этом уровень концентрации торговых площадей ТОП-70 сетей FMCG в 2005-2010 гг. повысился несущественно <...>



<...>

Рейтинг сетей FMCG России по операционным, финансовым показателям и эффективности

Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов

Информация о количестве магазинов 50 крупнейших ритейлеров FMCG России в 2005-2010 гг. приведена в таблице.

Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2005-2010 гг., по состоянию на конец периода

Юридическое название	Бренд	Основные форматы	2005	2006	2007	2008	2009	I кв. 2010	май 2010
X5 Retail Group N.V.	Пятерочка	Магазин у дома	326	451	674	848	1039	1063	-
	Перекресток	Супермаркет	120	168	194	207	275	276	-
	Карусель	Гипермаркет	6	19	22	46	58	60	63

<...>

Взаимодействие сетей FMCG с финансовыми рынками

Влияние мирового и российского финансового кризиса на стратегии привлечения финансирования торговыми сетями

В 2004-2010 гг. российские торговые сети использовали широкий спектр инструментов привлечения финансовых ресурсов. <...>

Инструменты привлечения финансовых ресурсов торговыми сетями в 2004- I квартале 2010 гг.

Инструменты привлечения финансовых ресурсов	Потенциальные реципиенты финансовых ресурсов в 2004-2007 гг.	Потенциальные реципиенты финансовых ресурсов в 2008 году	Потенциальные реципиенты финансовых ресурсов IV квартал 2008 года – III квартал 2009 года (кризис)	Потенциальные реципиенты финансовых ресурсов в 2010 году
*	*	*	*	*

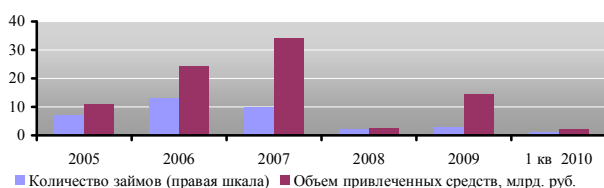
С конца 2009 года ситуация на финансовом рынке претерпела ряд положительных изменений: в связи с высоким уровнем ликвидности в банковской системе и нехваткой стабильных и финансово устойчивых заемщиков для российских ритейлеров сформировались более благоприятные возможности для привлечения финансовых ресурсов. <...>

Облигационные займы

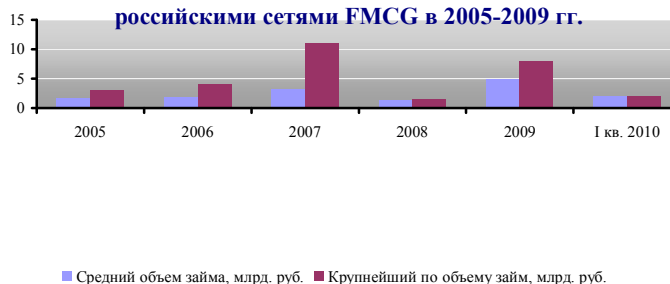
В связи с ростом потребности в инвестиционных ресурсах количество российских сетей FMCG и общий объем привлеченных средств в течение 2005-2007 гг. существенно выросли. Так, в 2005 году российскими ритейлерами были размещены * облигационных займов <...>



Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2009 гг. и 1 квартал 2010 г



Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2009 гг.



<...> Сильное негативное влияние на рынок облигаций сетей FMCG России оказали дефолты следующих компаний.

Дефолты по облигациям российских сетей FMCG (2008- 2010 гг.)

Дата дефолта	Эмитент	Выпуск	Комментарий	Текущий статус сети и выпуска
*	*	*	*	*

<...> Если в кризисный период (IV квартал 2008 года – III квартал 2009 года) не было размещений облигационных займов, то, начиная с IV квартала 2009 года, некоторые компании размещают облигации в целях реструктуризации долговых обязательств: <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит: анализ динамики показателей розничной торговли в России, структуру оборота розничной торговли по видам товаров, организаций и регионам, описание основных этапов развития торговли в России (в том числе количественные показатели развития традиционной и современной торговли в России). Также раздел содержит описание основных тенденций и показателей развития (количество магазинов, площади, выручка) крупнейших сетей FMCG России, рейтинги торговых сетей FMCG (по количеству магазинов, выручке, торговым площадям, показателям эффективности), отдельный подраздел посвящен развитию российскими ритейлерами направления private label. Приведен анализ инструментов привлечения финансовых ресурсов сетями FMCG в 2005-2010 гг. (облигационных займов, размещения акций, кредитования в российских и зарубежных банках) и анализ развития сделок M&A в FMCG-ритейле России (динамика количества и объема сделок с 2004 года, подробное описание сделок M&A в FMCG-ритейле России в 2006-2010 гг.).

Раздел III. Текущее состояние и перспективы развития форматов розничной торговли FMCG в РФ

История развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"

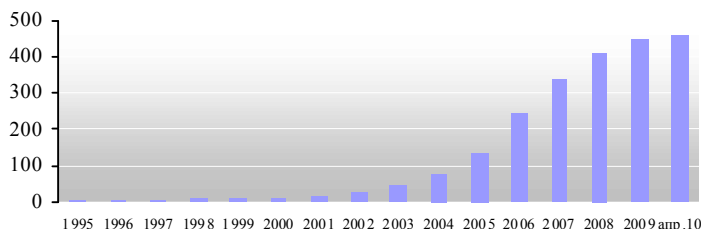
Основные параметры формата "гипермаркет"

Гипермаркет является наиболее высокотехнологичным и эффективным среди современных форматов розничной торговли FMCG. По мнению специалистов ИА "iNFOLine", основными качественными характеристиками формата "гипермаркет" в России являются следующие: <...>

История развития формата "гипермаркет"

Первые гипермаркеты появились в России в конце 90-х годов, однако активное развитие крупноформатных магазинов началось только после 2003 года. В таблице приведены этапы развития сетевой розничной торговли FMCG и формата "гипермаркет" в 1994-2010 гг. <...>

Динамика количества гипермаркетов в России в 1995-2010 гг. на конец периода



Основные характеристики гипермаркетов России

Количество, торговая площадь и региональная представленность гипермаркетов крупнейших ритейлеров									
Ритейлер	Бренд	Тип сети	Количество объектов	Суммарная торговая площадь	Количество субъектов РФ, где размещены объекты	Региональная представленность			
Характеристики гипермаркетов крупнейших ритейлеров России									
Ритейлер	Бренд	Тип сети	Год появления формата	Ассортимент	Доля продовольственных товаров	Средняя торговая площадь объектов	Диапазон торговых площадей	Средний чек, долл.	

На диаграмме представлена динамика количества и суммарной торговой площади объектов крупнейших ритейлеров, развивающих формат "гипермаркет" в России. По итогам 2008 года по количеству торговых объектов лидировала сеть "Metro Cash&Carry", однако в 2009 году <...>

Прогноз развития формата "гипермаркет"

Наиболее высокие показатели эффективности работы в формате "гипермаркет" в 2009 году продемонстрировал "Ашан", у которого выручка с квадратного метра торговой площади составила <...> В 2010 году Топ-10 ритейлеров FMCG заявили о планах открыть порядка 60-70 гипермаркетов, в том числе <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела для каждого формата магазинов (гипермаркет, супермаркет, магазин у дома (дискаунтер)) содержит описание истории развития, основные характеристики, рейтинг компаний по количеству и торговой площади, прогноз развития формата. Также приведено описание истории развития и ключевых особенностей интернет-магазинов сетей FMCG России.

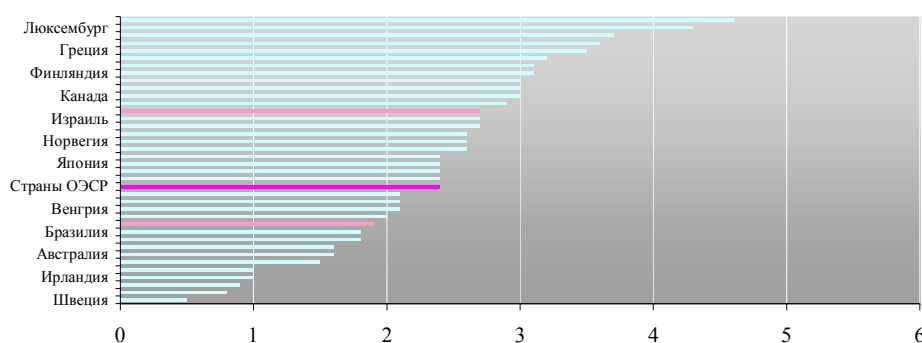


Раздел IV. Государственное регулирование розничной торговли

Сравнительный анализ уровня регулирования розничной торговли в мире

Существует мнение, что государственное регулирование торговли в большинстве стран мира до 2010 года было существенно более жестким, чем в России, где в связи с отсутствием специального закона в розничном секторе действовали общие нормы антимонопольного законодательства. <...>

Уровень зарегулированности торговой отрасли по странам мира в 2008 году



При этом в России индекс регулирования в 2008 году составил *, что хотя и несколько ниже, чем в целом по ОЭСР, но значительно превосходит показатели целого ряда стран <...>

Уровень государственного регулирования розничной торговли в странах мира в 1998-2008 гг. и в России в 2010 г.

Страна	Барьеры для входа на рынок (удельный вес – 0,52)			Ограничения операционной деятельности (удельный вес – 0,27)			Контроль ценообразования (удельный вес – 0,2)			Результурующий показатель		
	1998	2003	2008	1998	2003	2008	1998	2003	2008	1998	2003	2008
*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Источник: мониторинг ОЭСР

Анализ положений Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ"

Исходные предпосылки разработки Закона

В развитии рыночных механизмов в торговле в России ключевую роль сыграли указы Президента РФ. В соответствии с Указом Президента РФ "О коммерциализации деятельности предприятий торговли в РСФСР" от 25.11.91г. <...>

Ход разработки и принятия Закона

Разработка Закона "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ" осуществлялась чрезвычайно долго (почти 5 лет) и потребовала активного участия первых лиц государства (В. Путина и Д. Медведева) в связи с жесточайшей и бескомпромиссной борьбой между:

- Федеральной антимонопольной службой (добивалась включения в Закон реально действующих инструментов защиты конкуренции и ограничения злоупотреблений ритейлеров в сфере договорных отношений с поставщиками); <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит анализ уровня регулирования розничной торговли в России и в мире, анализ положений "Закона о торговле" (предпосылки и ход принятия закона, ключевые новации в регулировании розничной торговли, возможное влияние закона на развитие розничной торговли и взаимоотношения поставщиков и ритейлеров), а также описание прочих изменений в сфере государственного регулирования розничной торговли FMCG в России.

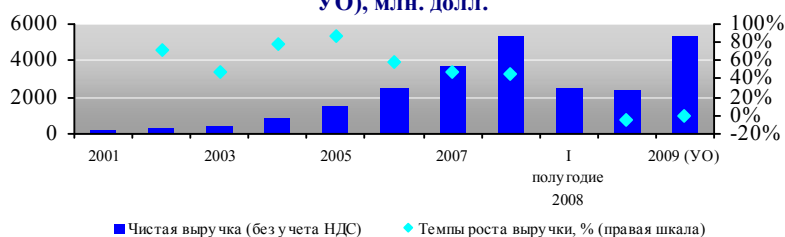
Внешний вид магазина	*	*
Средняя общая площадь, кв. м.	*	*
...	*	*

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст разделов содержит историю развития сети, информацию о текущей структуре акционерного капитала и истории ее изменения, характеристику операционной деятельности сети, планы развития сети в 2010 году, комплексное описание форматов магазинов

Финансовые показатели

Динамика чистой выручки сети "Магнит" в 2001-2009 гг. (2004-1 полугодие 2009 года - по МСФО, 2009 год - УО), млн. долл.



Ключевые показатели эффективности финансовой деятельности сети "Магнит" в 2004-2009 гг. представлены на диаграмме. <...> Like-for-like результаты работы сети "Магнит" за 2006-2009 год представлены на диаграмме <...>

Долговая нагрузка

Особенностью финансовой политики компании является ориентация на низкий уровень долговой нагрузки и активное привлечение финансирования в рамках IPO и SPO. <...>

Динамика показателей эффективности финансовой деятельности сети "Магнит" по МСФО в 2004-2009 гг., млн. долл.



Большая часть долгосрочного долга сети "Магнит" представлена облигациями на сумму * млрд. руб., выпущенными SPV-компанией "Магнит-Финанс", в 2007 году. <...>

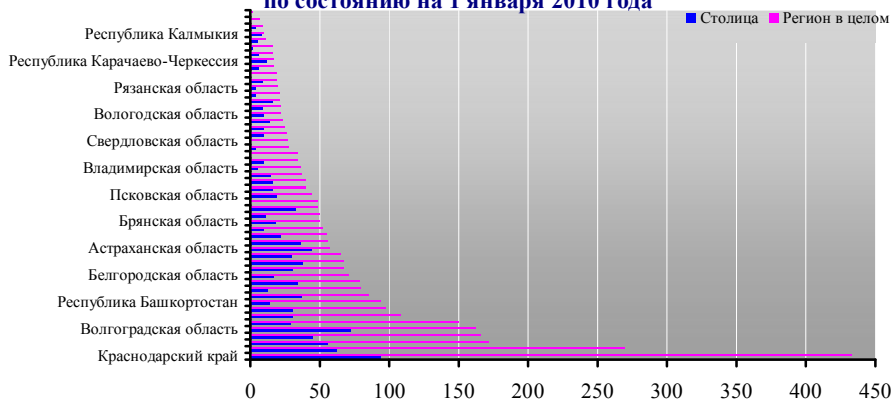
ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат динамику финансовых показателей сети (выручка, рентабельность, EBITDA), информацию о динамике сопоставимых продаж, долговой нагрузке сети и состоянии публичного долга

Региональная представленность

Сеть "Магнит" является безоговорочным лидером среди сетей FMCG России по количеству регионов и городов представленности. По состоянию на конец 2009 года сеть "Магнит" имеет * филиалов в * федеральных округах, * субъектах РФ в * населенных пунктах. <...>

Количество магазинов сети "Магнит" по регионам присутствия по состоянию на 1 января 2010 года



Развитие формата гипермаркет

В 2006 году, уже являясь лидером среди российских сетей формата "магазин у дома", сеть "Магнит" начала разработку нового формата – гипермаркет под брендом "Магнит" <...> По состоянию на 1 января 2010 года сеть "Магнит" включает * гипермаркета общей площадью около * тыс. м. и торговой площадью * тыс. кв. м <...>

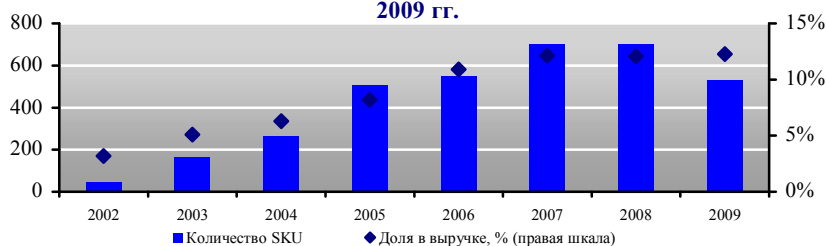
Ключевые показатели операционной деятельности ОАО "Магнит" по формату "гипермаркет" в 2007-2009 гг.

Формат	Показатель	2007 год	2008 год	2009 год
Гипермаркет	Общая площадь, кв. м.	*	*	*
Гипермаркет	Торговая площадь, кв. м.	*	*	*
...	...	*	*	*

Private label

Активное развитие собственных торговых марок сеть начала в 2002 году. Уже к 2005 году доля продаж товаров под собственной торговой маркой превысила *%. В 2009 году доля товаров private label составила *%. <...>

Представленность частных марок в сети "Магнит" в 2002-2009 гг.



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат информацию о региональной представленности сети и перспективах регионального развития, истории, текущем состоянии и перспективах развития формата "гипермаркет", развитии логистической системы, состоянии продаж продукции под собственными торговыми марками, об особенностях работы сети с поставщиками продукции по вопросам закупок, мерчендайзинга, а также оценку специалистами ИА "iNFOLine" развития торговой сети и устойчивости бизнеса на краткосрочную и долгосрочную перспективу



Раздел VI. Описание 77 ритейлеров FMCG РФ

Раздел содержит бизнес-справки по сетям "Спар" ("Спар Ритейл", "Спар Централ Регион Консалтинг", "Спар Миддл Волга", "Спар Поволжье", "Спар Восток"), ГК "Холидей", "Корпорация Гринн", "Элемент-Трейд", "Монетка", ГК "Вестер", "Мария-Ра", "Новые торговые системы", "Энка ТЦ", "Супермаркет Кировский", "Мосмарт", "Гиперглобус", "Система РегионМарт", "Билла", "Зельгрос", "Городской супермаркет", "Алпи", "Интерторг" (сеть "Купец"), "Виват-Трейд", "Форвард", "Т и К Продукты", "Бахетле", "ТД Интерторг" (сети "Семья", "Идея"), "Новый Импульс-50", "Матрица Холдинг", "Молл", "Авоська-два", "Любавушка", "Сибирский гигант", "Семья", "Айкай", "Салют-Торг", "Оптовик", "Центр Реструктуризации", "Радеж", "Шэд", "Экспресс-Торг", "В двух шагах" ("Агрохолдинг Каневской"), "Дуплет", "Ижтрейдинг", "Сеть универсамов Алые Паруса", "МАН", "Восход", "ВТК" Холдинг, "Карфур Рус", "Корпорация SOK".

"Новые торговые системы", ОАО / Торговые сети "Пятерочка", "Патэрсон", "Столичный" и "Лидер Экономии"



Название компании: *"Новые торговые системы", ОАО* Адрес: 630088, Россия, Новосибирск, ул. Петухова, д. 29 Телефоны: (383)3422250 (383)3422272 Факсы: (383)3422250 (383)3422272 E-Mail: office@nts-h.ru Web: www.nts-h.ru
Менеджмент:
 Руководитель: ...
 Директор по закупкам: ...
 Финансовый директор: ...

История развития

Приобретение в 1998 году торговой компании ООО "Сенсация", в Новосибирске, положило начало дистрибьюторскому бизнесу братьев Насоленко и Слободчикова А.С. ОАО "Новые торговые системы" (НТС) создано в декабре 2006 г. в Новосибирске. <...>

Описание форматов

Основные показатели форматов магазинов сети "Новые торговые системы" состоянию на начало 2010 года

Показатель	"Пятерочка"	"Патэрсон"	"Столичный"	"Лидер экономии"
Логотип	*	*	*	*
Средняя торговая площадь	*	*	*	*
...	*	*	*	*

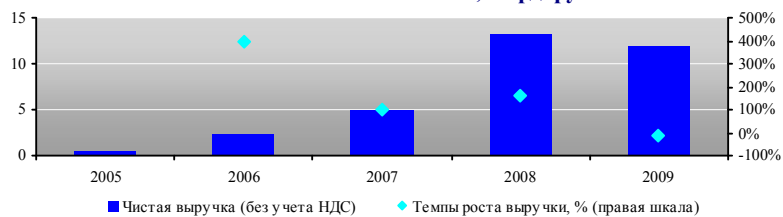
Операционные показатели



Финансовые показатели

Динамика чистой выручки торговой сети "Новые торговые системы" в 2005-2009 гг. представлена на диаграмме.

Динамика чистой выручки сети "Новые торговые системы" в 2005-2009 гг., млрд. руб.



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат информацию об истории развития, собственниках компании, операционных показателях, развиваемых форматах, логистике, региональной представленности сети, развитии собственных торговых марок и финансовых показателях.

"Система "ТЗС", ЗАО

Раздел включает описание Федерального закупочного союза Система "ТЗС". По сетям, входящим в Систему "ТЗС": "АБК", "Высшая Лига", "Городок", "Ижтрейдинг", ГК "Лама", "Любимый магазин", "Макаровский", "Семья" (г.Волжский), "Семья" (Челябинская область), "ТД Семья" (Калининград), "Артемида-Дон", ГК "Панорама Ритейл", "Караван", "Квартал", "Меркурий", "Наш Маг", "Праздничный", "О'кей" (Юрга), "Ринг", "Дворцовый ряд-МС" (сеть "Пятерочка"), "Каравай", приведены сокращенные справки:

"Вегат Плюс", ЗАО / Торговая сеть "АБК"

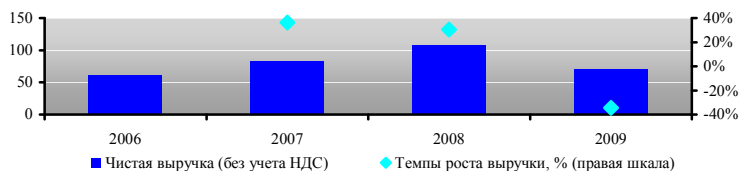


Название компании: *Вегат Плюс, ЗАО, Управляющая компания (Торговая сеть АБК)*
 Адрес: 109472, Москва, Волгоградский просп., д. 183 / 36 Телефоны: (495)3639292 Факсы: (495)3639293 E-Mail: info@abk.ru Web: www.abk.ru
Менеджмент:
 Руководитель: ..
 Директор по закупкам: ...
 Финансовый директор: ..

Информационная справка

По состоянию на 1 апреля 2010 года сеть "АБК" включает * магазинов формата "магазин у дома", расположенных в Москве и Московской области, суммарной торговой площадью почти * тыс. кв.м. В апреле 2010 года сеть "АБК" запустила программу создания отделов кулинарии нового типа "Домашний ресторан". <...> Динамика чистой выручки сети "АБК" в 2006-2009 гг. представлена на диаграмме.

Динамика чистой выручки сети "АБК" в 2006-2009 гг., млн. долл.



Торговая сеть "АБК" управляет одним распределительным центром в г. Мытищи Московской области.

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит краткое описание и финансовые показатели компании.

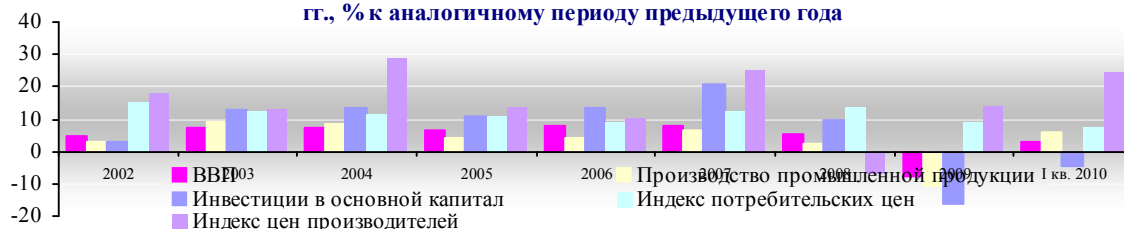


Раздел VII. Потребительские предпочтения населения России

Уровень занятости населения

В 2009 году российская экономика столкнулась одновременно со снижением объема инвестиций, промышленного производства и реального ВВП, однако в отличие от 2008 года, в 2009 наблюдался более низкий уровень инфляции, а также рост цен производителей, что косвенно свидетельствует о постепенном восстановлении спроса на промышленную продукцию <...>

Динамика основных экономических показателей России в 2002-I квартале 2010 гг., % к аналогичному периоду предыдущего года



С IV квартала 2009 года наблюдается улучшение ситуации с доступностью банковских кредитов, обусловленное сохранением высоких цен на нефть, обеспечивающим стабильность валютных курсов, и высоким уровнем ликвидности в банковской системе. <...> В то же время продолжает сохраняться высокий уровень безработицы: по итогам I квартала 2010 года без работы находились <...>

Динамика численности безработных в России в 2006-2010 гг.



Доходы и расходы населения

Динамика заработной платы и среднедушевых доходов населения с 2000 по 2010 год демонстрирует, что начисленная заработная плата на одного работника выше, чем реальные среднедушевые доходы населения, причем с каждым годом разрыв увеличивается. <...>

Динамика реальной заработной платы и реальных доходов населения в 2000-2010 гг., % к предыдущему периоду



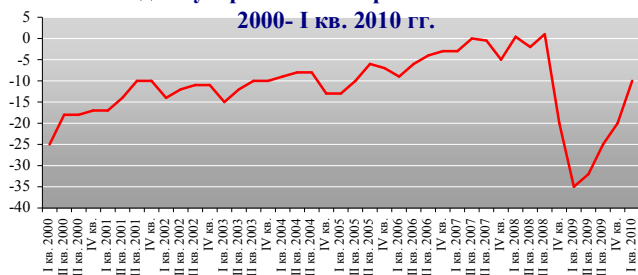
Динамика номинальной начисленной заработной платы и среднедушевых денежных доходов населения в 2000-2010 гг., тыс.руб.



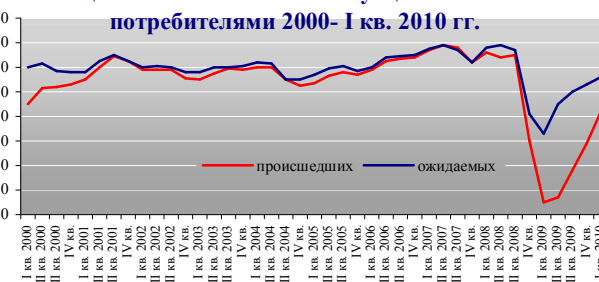
Потребительские ожидания и уверенность населения

Результаты опросов Федеральной службой государственной статистики 5000 человек в возрасте от 16 лет, проживающих во всех субъектах РФ, демонстрировали масштабное снижение уровня потребительской уверенности с IV квартала 2008 года, однако начиная со II квартала 2009 года, индекс уверенности россиян начал увеличиваться. <...>

**Индекс уверенности потребителей России
2000- I кв. 2010 гг.**

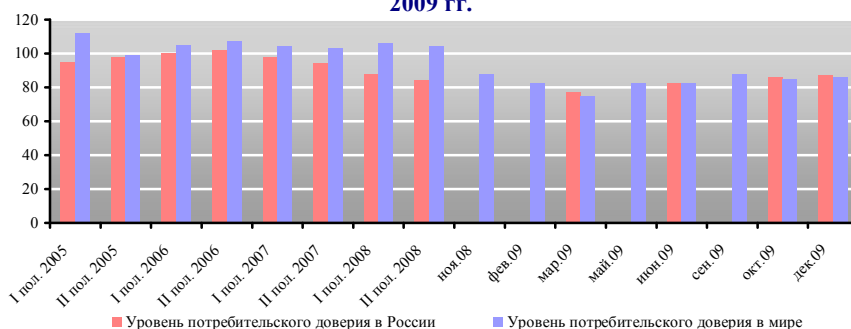


**Оценка экономической ситуации в России
потребителями 2000- I кв. 2010 гг.**



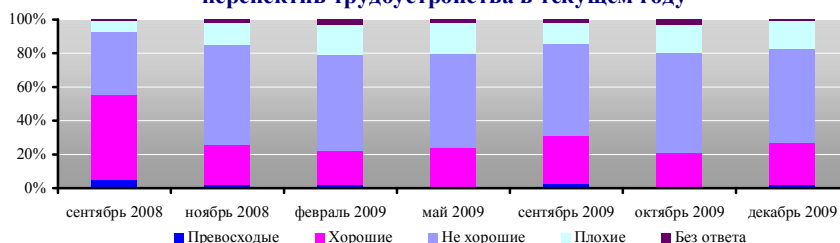
В I квартале 2010 года наметилась тенденция улучшения потребительских настроений, что связано со снижением негативных влияний экономического кризиса. Начиная с IV квартала 2009 года в российской экономике наблюдается <...>

**Уровень потребительского доверия в России и в мире в 2005-
2009 гг.**



Наиболее существенное улучшение ситуации произошло в оценке потребителями благоприятности времени для покупки непродовольственных товаров (превысила уровень февраля 2009 года) и ожиданий в отношении изменения материального благополучия (превысило уровень ноября 2008 года). <...>

**Изменение потребительских ожиданий в отношении
перспектив трудоустройства в текущем году**



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат основные показатели экономического развития России, описание уровня безработицы в 2006-2010 гг., динамику численности безработных, заработной платы и среднедушевых доходов населения в 2000-2010 гг., анализ изменений в структуре денежных доходов и расходов населения в 1990-2010 гг. Также приведен анализ уровня потребительской уверенности россиян в 2000-2010 гг., анализ уровня материального положения населения РФ, изменений потребительских предпочтений, структуры расходов и сбережений, анализ основных тенденций изменения потребительского поведения и потребительских предпочтений россиян в условиях экономического кризиса, анализ способов экономии средств и особенности потребительского поведения при приобретении различных видов продовольственных товаров.



Раздел VIII. Состояние экономики и розничной торговли в регионах России

Сравнительный анализ ситуации в экономике и розничной торговле по регионам России

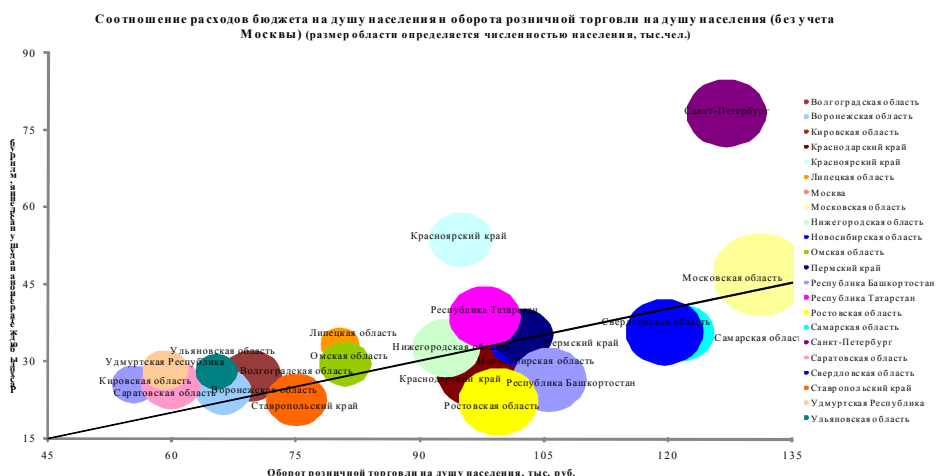
Анализ основных показателей экономики в городах и регионах России

В условиях экономического кризиса произошла значительная дифференциация макроэкономических показателей городов и регионов России. В результате особую актуальность приобрела проблема сравнительного анализа развития розничной торговли и торговых сетей в регионах и крупнейших городах России. Специалисты ИА "INFOLine" проанализировали динамику макроэкономических показателей и показателей сетевой розничной торговли в 23 регионах и 22 городах России, на которые приходится:

- более 65% оборота розничной торговли.
- около 53% ВВП России (данные на 2008 год);
- более 56% населения России;
- более 57% объема промышленного производства;

<...>

На диаграмме приведены показатели оборота розничной торговли и расходов бюджета на душу населения по регионам (Москва на диаграмме не представлена в связи с существенно более высокими показателями, чем в других регионах). Средняя линия соответствует отношению оборота розничной торговли к расходам бюджета на душу населения 3 к 1.<...>



<...>

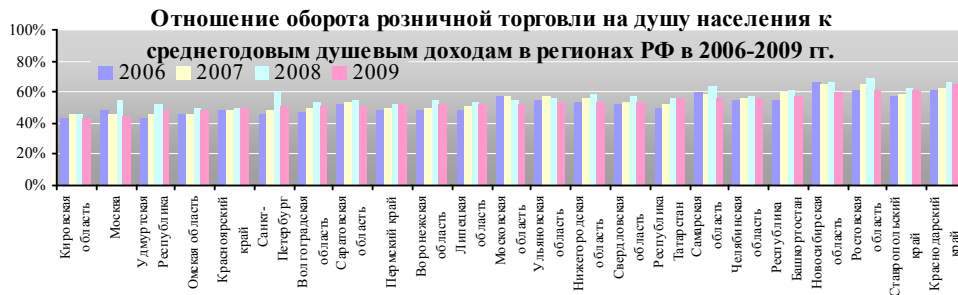
Анализ основных показателей розничной торговли в городах и регионах России

Динамика оборота розничной торговли по столицам регионам характеризуется несколько более высоким уровнем поляризации: так, в Екатеринбурге в рублевом выражении оборот розничной торговли увеличился на 19,7%, а в Саратове – сократился на 13,5%.

<...>

В регионах исследования специалисты ИА "INFOLine" сопоставили среднедушевые доходы граждан и оборот розничной торговли на душу населения. Лидерами по величине соотношения доходов к среднедушевому обороту торговли в 2009 году стали Кировская область, Удмуртская Республика и Омская область. По мнению специалистов ИА INFOLine, благодаря невысокому уровню потребительских цен на продовольственные товары и высокой стоимости услуг, доля расходов на покупку товаров в данных регионах ниже, чем в других регионах Исследования.

<...>



ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит сравнительный анализ основных показателей экономики и розничной торговли в городах и регионах России. В разделе представлено сравнение по среднедушевым показателям ВРП, промышленного производства, консолидированного бюджета, доходов населения, оборота розничной торговли и т.д.

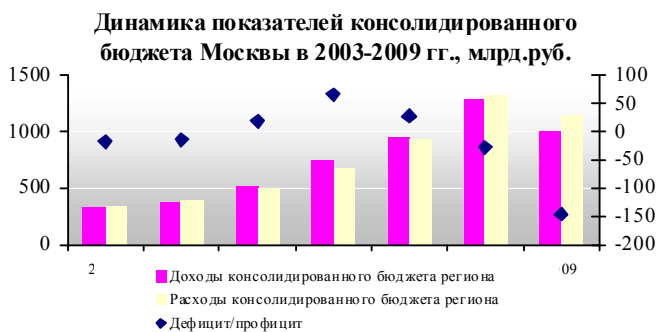
Также раздел содержит описание основных показателей экономики и розничной торговли в 23 регионах России: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Новосибирская область, Свердловская область, Нижегородская область, Самарская область, Республика Татарстан, Омская область, Челябинская область, Ростовская область, Республика Башкортостан, Волгоградская область, Пермский край, Красноярский край, Воронежская область, Саратовская область, Краснодарский край, Ульяновская область, Удмуртская Республика, Липецкая область, Кировская область, Ставропольский край. Демо-версии приведены на примере Москвы.

Состояние экономики в 23 регионах России

Состояние экономики и розничной торговли Москвы

<...>

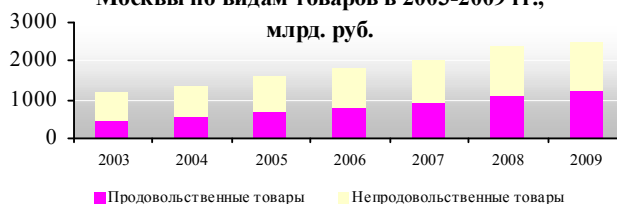
Сравнение показателей доходов и расходов консолидированного бюджета Москвы и средних показателей по 23 регионам Исследования показывает, что в 2003 году бюджетная обеспеченность жителей Москвы была в * раза выше, чем в среднем по 23 городам Исследования, в 2008 году – разрыв составил около * раз, а уже в 2009 году снизился до * раз.



Динамика доли продовольственных товаров Москвы в 2003-2009 гг. демонстрирует рост данного показателя почти на *% (с *% в 2003 году до *% в 2009 году). Тогда как в среднем по России до 2008 году наблюдалась тенденция снижения доли продовольственных <...>.



Структура оборота розничной торговли Москвы по видам товаров в 2003-2009 гг., млрд. руб.



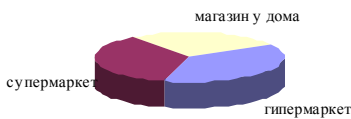
- В 2009 году в экономике Москвы наблюдались следующие тенденции:
- значительное увеличение доли продовольственных товаров в обороте розничной торговли;
 - <...>

Ситуация на рынке сетевой розничной торговли в 23 регионах России

Анализ конкуренции и крупнейшие игроки на рынке розничной торговли Москвы

Высокая стоимость аренды и недостаток качественных торговых площадей, а также сильная конкуренция на рынке (особенно в сегменте супермаркетов) ввиду представленности в Москве большинства федеральных и международных торговых сетей формируют ситуацию, в которой выход на рынок новых ритейлеров достаточно сложен, несмотря на низкий уровень насыщенности сетевыми магазинами, значительное число рынков, высокий уровень доходов населения и оборота розничной торговли продовольственными товарами. <...>

? ????????? ????????? ????????? ??????????
 ????????? FMCG ?? ???? ?????, %



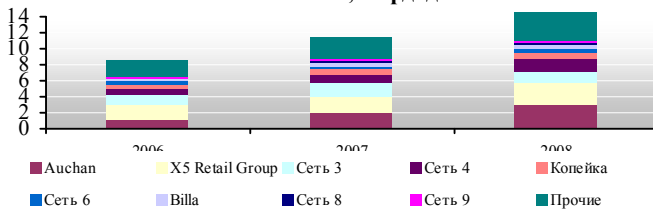
**Динамика выручки торговых сетей FMCG
 Москвы по форматам, млрд. долл.**



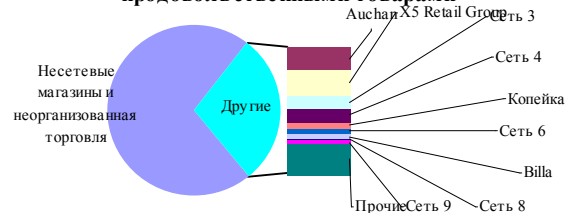
Москва характеризуется сбалансированной структурой оборота сетевой торговли по форматам. При этом количество супермаркетов на душу населения (* на 100 тыс. жителей) является умеренно высоким, а гипермаркетов (* на 1 млн жителей) и магазинов у дома (* на 10 тыс. жителей) – низким. <...>

В 2006-2009 гг. в Москве доля торговых сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами увеличилась с * до *%.

**Динамика выручки сетей FMCG Москвы в гг.
 по компаниям, млрд. долл.**



**Структура оборота розничной торговли
 продовольственными товарами**



Наиболее высокие показатели эффективности характерны для сетей "****", *** и ***, в то время как "Мосмарт" и "Энка ТЦ", наоборот, характеризуются низкими показателями выручки с квадратного метра площади. На диаграмме приведены показатели оборота 15 торговых сетей FMCG, являющихся лидерами по показателю выручки с квадратного метра торговой площади. <...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полные тексты разделов содержат описание ситуации в экономике региона, и анализ ситуации в сетевой розничной торговле региона - структуру рынка розничной торговли FMCG по форматам и по компаниям (доли рынка), показатели эффективности (выручка с кв. м) крупнейших ритейлеров региона.

Раздел IX. Рынок торговых центров в регионах России

Общая ситуация на рынке торговой недвижимости России

В 2009 году рынок торговой недвижимости России находился в стадии стагнации. После начала экономического кризиса рынок коммерческого строительства характеризовался значительным сокращением количества вводимых объектов. Ухудшение финансового положения девелоперских компаний обусловило приостановку строительства большинства торговых и торгово-развлекательных объектов, кроме находящихся на завершающих стадиях реализации. В связи с чем в 2009 году на рынке торговой недвижимости наблюдаются следующие тенденции:

- сокращения спроса на торговые площади и увеличение числа вакантных площадей, в связи со снижением оборота розничной торговли и сокращением потребительских расходов; <...>

Динамика ввода торговых площадей в городах России

По итогам 2009 года суммарный объем ввода площадей в торговых центрах в 22 городах России составил около * млн.кв. м, что составляет около 30% от всех введенных в России коммерческих зданий и более 80% площадей всех торговых центров России. Из * млн.кв.м, введенных в 2009 году, почти 50% площадей пришлось на Москву, таким образом, тенденция смещения вектора развития торговой недвижимости в регионы, которая наблюдалась в России в 2007-2008 гг., в 2009 году не реализовалась.



По оценкам специалистов ИА "INFOLine", первичное насыщение рынка торговых комплексов для большинства крупных городов России соответствует показателю 500 кв. м. на 1000 жителей. Достижение данного порогового показателя свидетельствует об ужесточении конкуренции и более высоких рисках низкого уровня заполняемости ТЦ или ТРК якорными арендаторами и/или недостаточных для эффективной работы торговых объектов потребительских потоках.

<...>

Тенденции и перспективы рынка торговых центров

Ключевыми тенденциями рынка торговой недвижимости России в 2009-2010 гг., по мнению специалистов ИА "INFOLine", стали:

- ужесточение конкуренции между действующими торговыми комплексами и, как следствие, снижение арендных ставок (на 15-40% в зависимости от города и характеристик комплекса). Так, в 2009 году на рынке наблюдалось усиление дифференциации между торговыми комплексами: наиболее эффективные объекты (например, ТЦ "МЕГА") сохраняют близкий к 100%-ному уровню заполняемости, не снижая арендные ставки, в то время как менее привлекательные или вновь открывающиеся центры сталкиваются с невозможностью привлечь арендаторов и высокой долей вакантных площадей;

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит описание общей ситуации на рынке торговой недвижимости России, сравнительный анализ насыщенности площадями в ТЦ на тысячу жителей и на кв. км городской застройки, анализ динамики ввода площадей по 22 городам России, тенденции и перспективы рынка торговых центров России

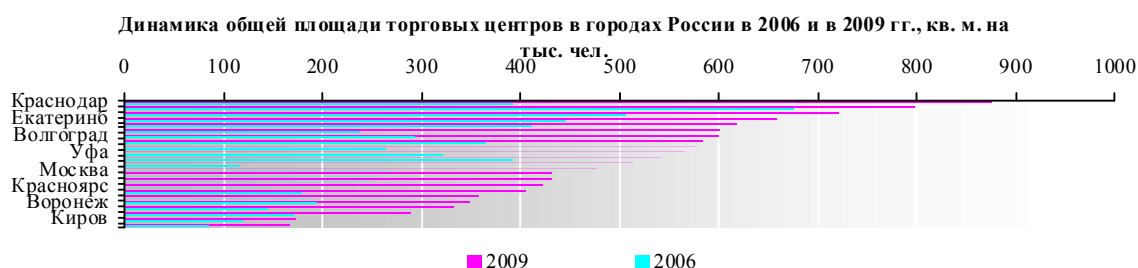
Также раздел содержит описание состояния рынка торговых центров в 23 регионах России: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Новосибирская область, Свердловская область, Нижегородская область, Самарская область, Республика Татарстан, Омская область, Челябинская область, Ростовская область, Республика Башкортостан, Волгоградская область, Пермский край, Красноярский край, Воронежская область, Саратовская область, Краснодарский край, Ульяновская область, Удмуртская Республика, Липецкая область, Кировская область, Ставропольский край. Демо-версия приведена на примере Москвы.

Состояние рынка торговых центров в 23 городах России

Ситуация на рынке торговых центров Москвы

По данным правительства Москвы, на начало 2010 года в столице, насчитывалось * стационарных торговых объектов, а также * рынков, * предприятий общественного питания и * предприятий бытового обслуживания. По оценочным данным общий объем предложения на рынке торговых площадей Москвы во всех сегментах (торговые центры, гипермаркеты, встроенные помещения) составляет около * млн. кв. м. <...>

Уровень насыщенности торговыми центрами в Москве оценивается специалистами ИА "INFOLine", как средний, в 2009 году уровень обеспеченности торговыми площадями на тысячу человек в городе оказалось только на 10% выше, чем среднероссийский уровень.



На территории Москвы действует порядка 200 торговых комплексов, причем обеспеченность качественными торговыми площадями в некоторых районах города является самой высокой не только в России, но и, по сравнению, с европейскими городами. <...>. Информация о крупнейших торговых центрах Москвы приведена в таблице.

Некоторые крупнейшие действующие торговые центры Москвы (по состоянию на 1 января 2010 года)

Название (девелопер)	Адрес	Общая площадь, кв. м	Арендопригодная площадь, кв. м	Якорные арендаторы	Дата ввода
РиО Мега-молл ("Ташир" ГК)	МКАД / Дмитровское шоссе	220000	105000	"Наш", "Эльдорадо", "Спортмастер", "Детский мир"	4 квартал 2008
...

Источник: ИА "INFOLine", по данным компании

С учетом перенесенных сроков ввода в эксплуатацию, в 2010 году в Москве могут быть открыты * крупных торговых центров, общей площадью более * млн. кв.м, торговой – *тыс.кв.м. <...>

Некоторые наиболее значимые стоящиеся и проектируемые торговые центры Москвы (по состоянию на 1 квартал 2010 года)

Девелопер	Название	Адрес	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м	Планируемый срок ввода
***	***	***	***	***	***
Interoil	Гудзон	Каширское ш., вл. 12	120000	70000	4 квартал 2010
***	***	***	***	***	***

Источник: Colliers International, ИА "INFOLine" по данным компаний,

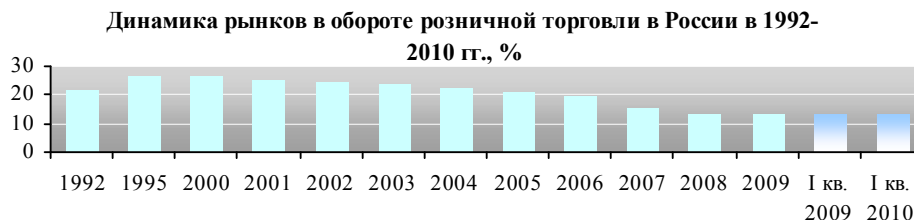
ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздел содержит: описание ситуации на рынке торговой недвижимости региона, описание ситуации в целом, динамику ввода площадей, оценку насыщенности города, описание действующих, строящихся и замороженных центров и тенденции рынка.

Раздел X. Анализ состояния и перспективы развития неорганизованной торговли в России

Динамика развития розничных рынков

После периода бурного развития рынков в постперестроечный период в 1995-1999 гг. доля рынков в обороте розничной торговли стабилизировалась на уровне *%. <...>



Наиболее сильное сокращение количества рынков произошло в 2007 году и I квартале 2008 года, и было обусловлено ужесточением правил государственного регулирования (перепрофилированием рынков в торговые комплексы или ликвидацией в противном случае). В течение 2001-2010 гг. процесс развития розничных рынков в России прошел 6 стадий.

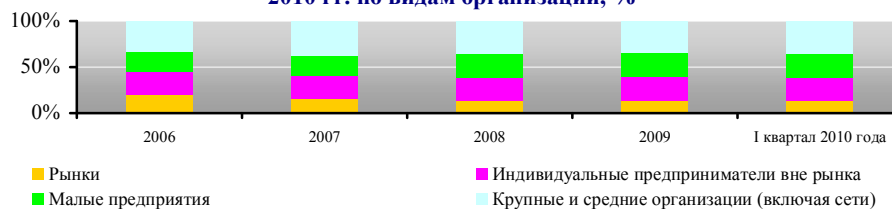
Основные стадии развития розничных рынков в 2001-2010 гг.

Стадия	Название	Сроки	Описание
I	Рост количества рынков на фоне сравнительно слабой конкуренции с торговыми сетями FMCG	2001-2003 гг.	Количество рынков и выручка на торговом месте постепенно возрастает, а их средняя величина – снижается <...>
...

Источник: Данные ИА «iNFOLine»

Отметим, что в 2007 и 2008 гг. сокращение количества и доли розничных рынков сопровождалось ростом доли торговых предприятий: в 2007 году при снижении доли розничных рынков на *% доля крупных и средних торговых организаций выросла на *%, а в 2008 году при снижении доли розничных рынков на *% доля малых предприятий увеличилась на *%, а крупных и средних торговых организаций, напротив, сократилась на *%.

Структура формирования оборота розничной торговли в 2006-2010 гг. по видам организаций, %



<...>

В 2009 году по сравнению с 2008 годом наблюдалась тенденция снижения уровня использования торговых мест, обусловленная оттоком неэффективных арендаторов. Его среднегодовой уровень составил *% против *% в 2008 году, причем на сельскохозяйственных кооперативных рынках он снизился с *% до *%, специализированных вещевых рынках – с *% до *%, по продаже радио- и электротоваров – с *% до *%. <...>

Структура оборота продовольственных товаров на рынках

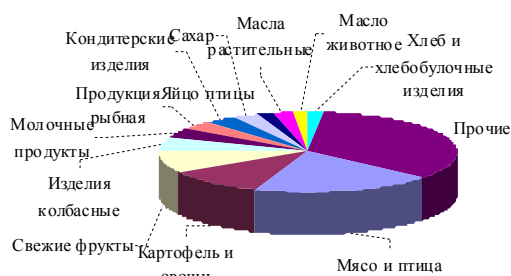
Наибольшее снижение доли рынков произошло по таким категориям продовольственных товаров как мясо животных и птицы, животные и растительные масла, чай и др.

В структуре оборота торговли на ярмарках и розничных рынках преобладают мясо и птица, овощи и фрукты, а также колбасные и рыбные изделия.

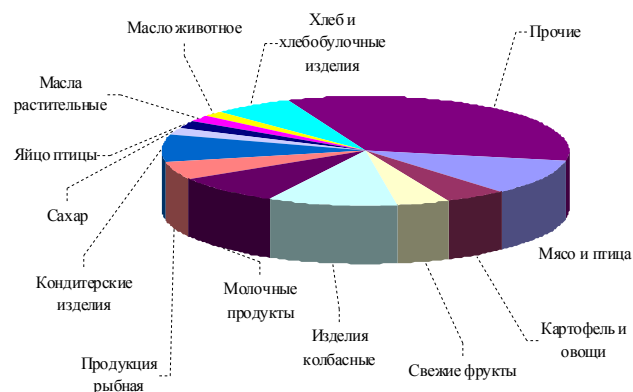


При этом позиции рынков очень слабы в сегменте биржевых товаров, где торговые сети имеют значительное ценовое преимущество.

Структура оборота продовольственных товаров на рынках в России в 2009 году



Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами в России в 2009 году, %

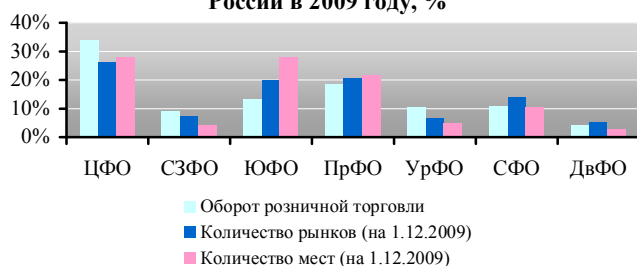


Региональная структура торговли на розничных рынках

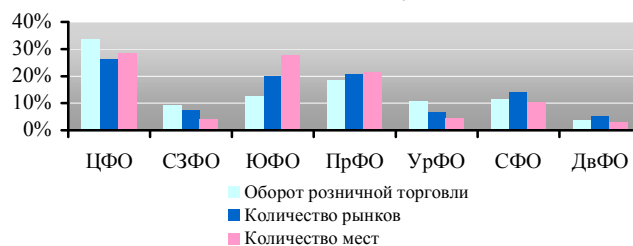
За 2009 год число рынков сократилось в * субъектах Российской Федерации, причем в большинстве из них сокращение было незначительным (1-3 рынка). <...>

Региональная структура оборота розничной торговли в России в 2000-2005 гг. демонстрировала сравнительно высокий уровень корреляции со структурой неорганизованной торговли (на рынках и ярмарках). <...>

Структура оборота розничной торговли в России в 2009 году, %



Структура оборота розничной торговли в России в 2008 году, %



По уровню концентрации оборота розничной торговли и размещения торговых мест на рынках регионы делятся на четыре группы:

- **I группа** – (регионы с очень низким уровнем концентрации неорганизованной торговли, доля которых в обороте розничной по России в целом в **2 и более раза** превосходит долю по количеству мест на розничных рынках) – Санкт-Петербург (отношение ***), Москва (***) , Свердловская область (***) и Пермский край (***) ;

ДЕМО-ВЕРСИЯ

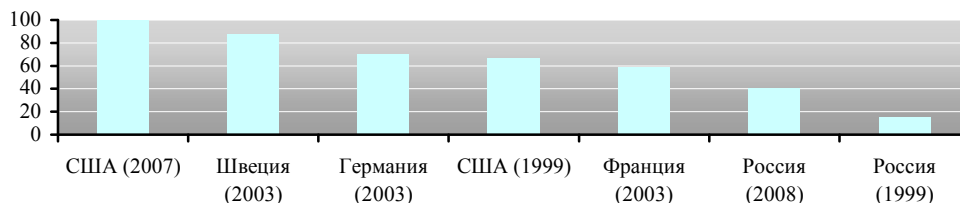
Полные тексты разделов содержат описание история развития розничных рынков в РФ, динамику доли рынков в обороте розничной торговли РФ, структуру формирования оборота розничной торговли России по видам организаций. Описано фактическое использование торговых мест на рынках, приведены данные по проверкам качества товаров на рынках. Также раздел содержит данные по доле рынков в объеме продаж продовольственных товаров, структуру оборота розничной торговли с учетом количества рынков и количества мест по федеральным округам, сопоставление оборота розничной торговли и мест на рынках по 23 регионам Исследования, краткое содержание доклада о влиянии Закона о Торговле на мелкорозничную торговлю и перспективы развития неорганизованной торговли.

Раздел XI. Рекомендации по повышению эффективности деятельности ритейлеров FMCG

Несмотря на активное развитие современных форматов, производительность труда² в российской розничной торговле продолжает оставаться существенно более низкой, чем в развитых странах. В то же время в течение 1999-2008 гг. производительность труда в российской розничной торговле выросла более чем в два раза и составила около 41% от уровня США. Современные форматы розничной торговли, по оценкам McKinsey, в среднем примерно в три раза производительнее традиционных, и, соответственно, именно их развитие является ключевым фактором повышения эффективности сектора в целом и повышения производительности труда.

По мнению специалистов ИА "iNFOLine", одним из ключевых факторов, обусловивших рост производительности труда в розничной торговле в 1999-2008 гг., стал высокий уровень конкуренции за объекты торговой недвижимости (приобретение и аренда) и покупателей (цены, ассортимент, удобство), а также невысокие по сравнению с другими отраслями административные барьеры (подробная информация приведена в разделе III.).

Производительность труда в розничной торговле различных стран мира, % к уровню США в 2007 году



<...>

Различия в производительности труда в магазинах современных форматов обусловлены большим количеством персонала, приходящегося на 1 кв. м торговой площади (по оценкам McKinsey, количество персонала в России превышает уровень среднемировой уровень, причем наиболее существенная разница характерна для объектов с торговой площадью до 1,5 тыс. кв. м. (в том числе в связи с тем, что в данном формате работают жесткие дискаунтеры Aldi³, Lidl, BIM (Турция), Bedronka (Польша) и т. д., у которых численность персонала составляет 10-15 человек на 1 тыс. кв. м. торговой площади при ассортименте 800-1500 SKU и практически полной взаимозаменяемости сотрудников).

Количество персонала на тыс. кв. м. площади у ритейлеров в России в 2009 году



Количество персонала на тыс. кв. м. площади у международных ритейлеров



Различия в численности персонала между российскими и зарубежными ритейлерами объясняются следующими факторами:

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит сравнительный анализ производительности труда и других показателей эффективности работы российских и международных ритейлеров, анализ слабых сторон российского ритейла, а также рекомендации по повышению эффективности операционной деятельности сетей.

² Под производительностью труда понимается валовая прибыль в расчете на 1 сотрудника. Расчет произведен в долларах США с учетом паритета покупательной способности.

³ Численность персонала в магазине торговой площадью около 600 кв. м. составляет 6 человек (3 в смену).



Раздел XII. Анализ взаимодействия поставщиков с ритейлерами FMCG и рекомендации по повышению эффективности работы с торговыми сетями

Особенности взаимодействия поставщиков FMCG с ритейлерами

Анализ взаимодействия поставщиков FMCG с ритейлерами в России должен осуществляться с учетом существующих особенностей производственной базы пищевой промышленности и сопутствующих товаров, особенностей управления бизнесом в целом и продажами в российских производственных и торговых компаниях, а также состояния сетевой розничной торговли FMCG. По мнению специалистов ИА "INFOLine", наиболее важными особенностями являются:

- высокая зависимость от импорта потребительских товаров и значительная доля импортных составляющих (сырье и материалы) в производимой на территории России продукции. Следует отметить, что, несмотря на перенос в Россию ряда пищевых производств крупнейших международных FMCG-компаний высокая импортозависимость сохранилась в связи с нехваткой качественной сельскохозяйственной продукции российского производства;

<...>

Основные изменения во взаимодействии поставщиков FMCG и торговых сетей в 2010 году

По мнению специалистов ИА "INFOLine", несмотря на то, что только к 1 августа 2010 года все договоры торговых сетей с поставщиками должны быть приведены в соответствие с новым Законом (с 1 февраля по 31 июля продолжался переходный период в течение которого продолжали действовать договоры, заключенные до вступления в силу Закона, но новые уже должны были соответствовать требованиям Закона), а ответственность за нарушение Закона не предусмотрена (поправки в КоАП по состоянию на 30 июня не приняты), ряд изменений во взаимоотношениях ритейлеров и поставщиков уже произошел:

- во II квартале 2010 года по инициативе ритейлеров (ряд ритейлеров потребовал от поставщиков ретробонусы, превышавшие разрешенные законом 10%, перевести в скидку) прекратил действовать основополагающий принцип ценообразования: "**принцип единой цены**", в соответствии с которым все сетевые клиенты получали от поставщиков одинаковую цену, а разница в коммерческих условиях обеспечивалась за счет ретробонусов.

<...>

Ключевые проблемы поставщиков при работе с торговыми сетями и источники их возникновения

По мнению специалистов ИА "INFOLine", важнейшим для поставщиков при взаимодействии с ритейлерами должны стать вопросы: "Зачем нам нужно быть представленными в торговых сетях / в данной торговой сети?" и "Какой объем прибыли может быть получен от работы с данной сетью?". При ответе на данный вопрос следует учитывать следующие факторы:

- некоторые компании не готовы (с точки зрения развития основных бизнес-процессов: производства, логистики и продаж) к использованию столь сложного, масштабного и дорогого канала сбыта, как торговые сети;

<...>

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Полный текст раздела содержит анализ взаимодействия российских поставщиков и ритейлеров, в том числе в условиях кризиса и в 2010 году. Описаны ключевые проблемы при поставщиков при работе с сетями, а также даны рекомендации по повышению эффективности их взаимодействия.